

## СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ПРОГРЕСИВНИЙ НАПРЯМ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

В. В. СМАЧИЛО, канд. екон. наук, доц.,

проф. кафедри економіки

В. Ю. ХАЛІНА, канд. екон. наук,

доц. кафедри економіки

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,*

*м. Харків*

Стрімка глобалізація всіх процесів, якою охоплений світ, обумовила трансформацію бізнес-діяльності та зміну вектору цільової орієнтації агентів економічних процесів у бік соціалізації, що визначило появу нового інституту в сфері економіки – соціальне підприємництво. Передумовою виникнення соціального підприємництва є несправедливість у всіх формах та сферах життя, яка виникає в суспільстві. Навіть за відсутності теоретико-методичних напрацювань в сфері соціального підприємництва, його прояви давно присутні в історії людства та отримали міжнародне визнання, як інституту більш високого, аніж звичайне законне ведення бізнесу чи філантропія корпорацій.

Передусім, соціальне підприємництво, незважаючи на доповнення «соціальне» є бізнесом, комерційною діяльністю. Його місією є вирішення проблеми соціально вразливих верств населення та інших проблем суспільства, створюватися та існувати для того, щоб робити світ краще. Можна сказати, що соціальне підприємництво перебирає на себе частину функцій держави, що робить його вигідним для неї. В той же час, активізація соціального підприємництва свідчить про високий рівень розвитку громадського суспільства, що підвищує вимоги до держави, як штучного утворення, створеного людьми, задля їх загального благополуччя.

Вивчаючи термінологічну базу, слід зазначити, що вперше термін «соціальне підприємництво» (social entrepreneurship), використав лауреат Нобелівської премії 2006р. Мохаммед Юнус, його соціальний бізнес – Grameen Bank – увійшов до хрестоматійних прикладів соціального підприємництва наряду з американським містом Індіанаполіс та його мером, Гарвардським професором Стефаном Голдсмітом, який дозволив приватним фірмам конкурувати з державним сектором і замінити багато міських

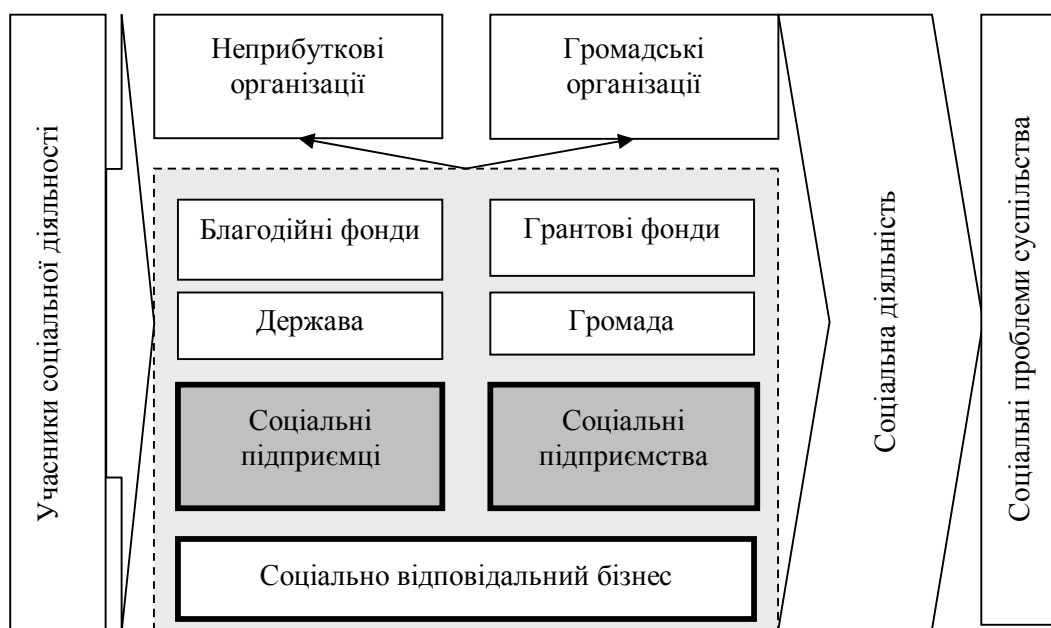
сервісів, що функціонують за кошти громадян [1]. За словами Марка Річардсона – термін «соціальне підприємництво» охоплює широкий спектр різноманітних підприємств, які: мають чітку соціальну мету; отримують значну частину своїх доходів від торгівлі; реінвестують більшу частину свого прибутку у соціальну місію [2]. На думку О. Герасимової, директора Rast building local promise в Україні, звичайні складові суспільства: приватний сектор, держаний та соціальний, переходять на новий спосіб ведення бізнесу, створюючи так званий четвертий сектор – соціальний бізнес або соціальне підприємництво [3].

Суб'єктами соціального підприємництва є соціальні підприємства та соціальні підприємці. В той же час, неузгодженості щодо теоретичного осмислення даної категорії, відсутність нормативно-правового визначення основних термінів в цій сфері, ведуть до плутанини, й досить часто до суб'єктів соціального підприємництва відносять благодійні фонди та інші неприбуткові організації, які займаються вирішенням соціальних проблем, але виходячи з розуміння підприємництва як самостійної, ініціативної, прибуткової діяльності, яка здійснюється на власний розсуд та ризик, вказані агенти суспільного життя не можна віднести до безпосередньо соціальних бізнес-структур.

З іншого боку, велика кількість підприємств здійснюють підприємницьку діяльність на основі соціальної відповідальності задля стійкого розвитку. Але, враховуючи першочерговість їх економічної ефективності над соціальними потребами, вказаних соціально відповідальних агентів національної економіки недоцільно відносити до суб'єктів соціального підприємництва.

Зважаючи на вищевикладене, авторське бачення соціального підприємництва зводиться до його розуміння як специфічного виду підприємницької діяльності, з соціальною метою та місією, яка спрямована на отримання соціального ефекту, підвищення соціального благополуччя та прибутку, який спрямовується на підтримку соціальної місії.

Візуалізація авторського бачення щодо типізації суб'єктів соціального підприємництва наведена на рисунку 1.



Умовні позначення:

- суб'єкти, що мають фінансові ресурси;
- суб'єкти соціального підприємництва;
- суб'єкти соціально відповідального бізнесу

Рисунок 1 – Типізація суб'єктів соціального підприємництва

З рис. 1 видно, що в соціальній діяльності задіяно декілька таборів: неприбуткові, громадські організації, громада, фонди – не здійснюють підприємницьку діяльність заради отримання прибутку і подальшого його спрямування на соціальні потреби, а, використовують пожертви, які акумулюються в фондах, для вирішення певних соціальних потреб; держава, забезпечуючи соціальну діяльність, здійснює фінансування з бюджетних та позабюджетних фондів; соціальні підприємці та підприємства провадять свою діяльність задля вирішення соціальних проблем за рахунок зароблених коштів; соціально відповідальний бізнес приймає участь у вирішенні суспільних проблем на всіх рівнях, фінансуючи ті проекти, які є цікавими саме власнику, пріоритетним залишаючи отримання прибутку від підприємницької діяльності.

### Література

1. Бондар Ю. Власними силами: найкращі проекти соціального бізнесу в Україні // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zeitgeist.platfor.ma>.

2. Richardson M. Social Enterprise: Lessons learned from the UK// Доповідь на II Всеукраїнському форумі соціальних підприємців. Київ, 16.11.2016.

3. Герасимова О. Інновації та партнерства заради сталих результатів // Доповідь на II Всеукраїнському форумі соціальних підприємців. Київ, 16.11.2016.

## **ЩОДО РЕФОРМУВАННЯ ПАРТНЕРСТВА В ОХОРОНІ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ**

В. І. КРАВЧЕНКО, канд. екон. наук, доц.,  
доц. кафедри соціальної медицини, організації та економіки охорони здоров'я  
*Харківський національний медичний університет, м. Харків*

Реформування системи охорони здоров'я, про яке так довго говорили на різних рівнях влади, проголошено з січня 2017 року і розраховане на чотири роки. Основним напрямком цього реформування є впровадження страхової моделі фінансування галузі та розвиток партнерських відносин між страховиками та лікувальними закладами. Безумовно, це є суттєвий крок вперед в удосконаленні медичного обслуговування населення. Головним завданням переходу до страхової медицини ще на її первинному етапі в кінці XIX ст. у Німеччині було гарантування медичної допомоги хворій людині. При цьому основний тягар фінансової відповідальності було покладено на роботодавців та працюючих, тобто економічно активну частину суспільства. Та навіть при високому рівні організації і розгалуженій системі обов'язкового медичного страхування нею охоплено до 90% населення таких країн, як Німеччина та Франція. Доля страхових виплат у загальних витратах на охорону здоров'я у ФРН складає понад 60% [1]. Якщо у ФРН основними утримувачами страхових фондів є земельні (місцеві) органи самоврядування, то у Франції – Національний союз медичних кас (UNCAM). І лише в останні роки поступово впроваджуються деякі заходи по децентралізації використання цих коштів [2].

При такому високому рівні страхового забезпечення лікувальних заходів у країнах Євросоюзу зростає доля державного фінансування та особистої участі пацієнтів. Це обумовлено як кризовим станом економіки так і демографічними та соціальними чинниками (зростанням тривалості життя та соціальних стандартів), а також ростом вартості індивідуальних послуг,